

网络营销与直播电商专业 人才需求分析与预测调研报告

一、调研目的

为使网络营销与直播电商专业人才培养的目标和规格凸显职业教育的技能性、复合性和先进性，本着以就业为导向、以能力为本、以服务为宗旨的复合型人才培养，实现人才培养与单位人才需求的无缝衔接。通过本次调研进一步了解电子商务行业发展现状与趋势，了解网络营销与直播电商岗位所需的职业素养和职业技能，通过岗位的典型工作任务分析，明确人才培养目标。通过对专业技能点的分解，明确专业所需构建专业课程体系，并确定核心课程，设置支撑核心课程学习所需基础专业课程，完成网络营销与直播电商专业的人才培养方案的建设。通过对岗位技能要求的分析建设满足网络营销与直播电商专业实践教学需要的实训室，模拟岗位真实项目，强化技能和职业素养培养。通过课程内容特点，采用典型工作任务的方法分解知识点，实施采用“理-实”一体化教学模式，采用信息化教学手段，实现教学目标。通过深入了解网络营销与直播电商专业人才需求和培养规格，探索适合高职网络营销与直播电商专业的人才培养方案，为湖南现代服务职业学院网络营销与直播电商专业的申报打好坚实基础，建设具有立足岳阳、服务湖南的特色专业。

二、调研的方法及对象

（一）调研方法

通过企业调研、专业调研、相关专业毕业生跟踪调查等方式，深入了解网络营销与直播电商发展现状与前景；通过分析网络营销与直播电商专业和其他用人单位对岗位能力和素质要求，准确定位、科学制定本专业的培养方案，具体调研方案如下：

1. 网络查阅

第一，通过网络查阅，了解电子商务特别是与网络营销与直播电商相关的国家和区域相关产业发展政策，认真研究国家《“十四五”电子商务发展规划》、

《湖南省“十四五”电子商务发展规划》、《岳阳市推进电子商务与快递物流协同发展实施方案（2019-2022年）》、《中国（岳阳）跨境电子商务综合试验区实施方案》、《岳阳县人民政府关于印发〈岳阳县引导和支持数字经济发展激励政策（试行）〉的通知》等重要文件，寻找网络营销与直播电商专业建设与服务国家和区域产业发展战略的对接点。

第二，通过访问智联招聘、拉钩招聘、艾媒咨询等大型专业网站，了解企业对人才素质的硬性需求，寻找专业人才培养方案制订的出发点。

第三，以信息技术为支撑的网络营销与直播电商，其技术更新非常迅速，了解行业技术发展最新动态，有助于寻找到制定人才培养方案和课程体系设计的着眼点。

2. 实地调研

实地考察长、株、潭、岳等城市电子商务产业园 24 家企业，走访从业人员 160 人，主要了解企业对从业人员完成岗位任务所应具备的知识、能力和素质。

3. 网络问卷

借助兄弟学校平台，了解毕业生在电商企业从事网络营销与直播电商岗位情况，采用调研问卷等方式了解毕业生在就业过程中的经历和感悟，特别是了解在校接受专业教育的成功与不足。

（二）调研对象

本次调研对象主要包括政府部门、行业企业、开办本专业的职业院校及毕业生四类主体。

1. 通过咨询电子商务管理部门，了解区域产业政策和产业发展现状，以及产业发展对人才的需求情况。

2. 通过调研企业，主要了解相应行业的人才结构现状，行业企业人才需求状况，企业岗位设置及对人才结构类型的要求，岗位对知识、技能和素质的要求。

3. 通过调研开办本专业的兄弟高职院校，了解现行专业教学情况，学生就业去向，学生继续学习的要求与培养现状，企业对现行专业教学的要求与建议等，

4. 通过调研毕业生，了解毕业生对本专业课程设置、职业技能培养等教学过程与效果的意见和建议。

表 1 调研情况表

类别	序号	调研对象及名称	调研方式	备注
政府部门	1	湖南省商务厅	网络访问	
	2	湖南省人社厅	网络访问	
行业企业	3	信息产业园	网络访问	长沙
	4	国家级长沙高新技术产业开发区	网络访问	长沙
	5	长沙市雨花现代电子商务产业园	网络访问	长沙
	6	长沙市金霞经济开发区	网络访问	岳阳
	7	长沙市岳麓区电子商务产业园	网络访问	岳阳
	8	长沙市天心区电子商务产业园	网络访问	
	9	长沙市隆平高科技园电子商务产业园	网络访问	
	10	岳阳电子商务产业园	网络访问	岳阳
兄弟学校	11	湖南外贸职业学院	实地考察	
	12	湖南电利水电职业技术学院	实地考察	
	13	湖南电子科技职业学院	实地考察	
毕业生	14	2021 届电子商务专业类毕业生	网络问卷	兄弟学校

三、调研的时间

2025 年 1 月至 6 月。

四、调研内容及结果

（一）调研内容

1. 网络营销与直播电商行业背景

（1）政策监管

2020 年起，各相关部门针对直播电商行业参与主体的行为与义务等进行明确规范，具体参与主体包括商家、直播电商平台、主播以及直播电商服务商等，直播电商行业已从野蛮生长阶段步入监管趋严的规范化发展阶段。2023 年，相关部门针对直播电商行业发展所产生的新风险，如“最低价协议”与“数字人主播”等，及时补足了合规指引以进一步保障下游消费者权益。

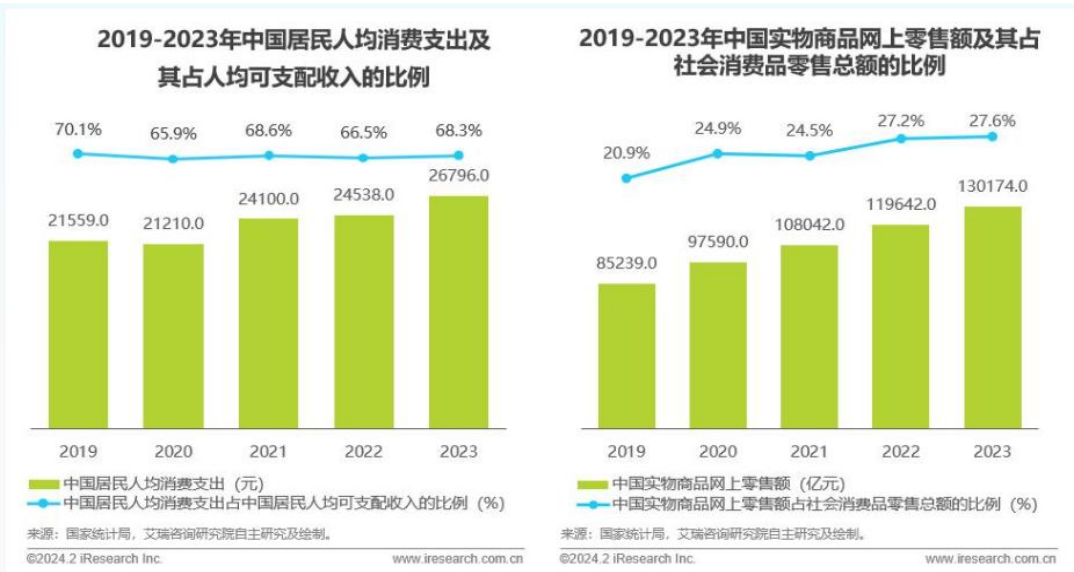
这些合规指引的发布，不仅有助于维护市场秩序，防止不正当竞争和欺诈行为的发生，还有助于提升直播电商行业的整体形象和信誉，促进行业的健康、可持续发展。同时，对于消费者而言，这些政策监管也提供了更加安全、可靠的购

物环境，保障了他们的合法权益。



(2) 经济环境

2023 年中国居民人均消费支出占人均可支配收入的比例为 68.3%，暂未完全恢复至疫情前的水平，居民消费较为谨慎。从中国实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比例看，2019-2023 年其基本处于韧性增长的趋势，线上零售依托于价格及消费者体验等方面的优势，进一步巩固了其在消费市场的地位。综合来看，在居民消费更加谨慎的环境下，居民的购物习惯已逐渐向线上渠道转移，为直播电商行业发展持续注入新增量。



（3）用户规模

2023 年 6 月短视频用户规模达到 10.3 亿人，占网民规模的比例为 95.1%，短视频用户渗透率极高。由于短视频平台通常具有“直播”内容场域，因此大规模短视频用户可转化为直播电商用户。2023 年 6 月直播电商用户规模达到 5.3 亿人，占网络购物用户规模的比例达到 59.5%，直播电商已成为网络购物用户购买商品的重要途径之一。未来伴随直播电商用户规模的持续增长，直播电商行业流量池将进一步扩容。



（4）市场规模

根据艾瑞咨询测算，2023 年中国直播电商市场规模达 4.9 万亿元，同比增速为 35.2%，相较于行业发展早期，行业增速出现一定下滑，但依旧在释放增长信号。艾瑞预计，2024-2026 年中国直播电商市场规模的年复合增长率（CAGR）为 18.0%，行业未来将呈现平稳增长趋势并步入精细化发展阶段。



2. 网络营销与直播电商行业发展趋势

（1）技术革新引领智能化转型

人工智能（AI）、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等前沿技术正成为行业发展的核心驱动力。AI 技术贯穿于直播电商全流程，通过算法精准分析消费者行为数据，实现个性化商品推荐，大幅提升商品匹配效率与购买转化率。如快手平台构建的大模型矩阵及系列 AI 业务应用产品，形成了完整的人工智能生态布局。在生成式 AI 技术支撑下，数字人主播应用渗透率不断攀升，不仅能实现 24 小时不间断直播，降低人力成本，还能有效避免真人主播可能出现的失误与风险，为行业降本增效提供有力支持。VR 与 AR 技术为消费者打造沉浸式购物体验，例如 AR 试妆功能，让消费者在直播中直观感受产品效果，增强互动性与购买意愿，使直播电商从单纯的商品展示销售向全方位的消费体验升级转变。

（2）内容升级驱动消费决策

行业已从早期的“拼流量”“拼价格”，逐渐过渡到如今的“拼内容”阶段。随着消费者购物心理的成熟，消费决策逻辑从单纯的需求导向转变为“内容种草”，更加注重购物过程中的体验与情感共鸣。小红书等内容电商的兴起便是典型例证，消费者不再局限于“缺什么买什么”，而是在浏览优质内容时激发新的消费需求，呈现出“逛什么缺什么”的特征。这促使直播电商内容向专业化、场景化、故事化方向发展，主播及运营团队需要具备更强的内容创作能力，通过生动有趣且富含价值的内容，如产品背后的故事、使用场景的演绎等，吸引消费者关注，提升用户购物黏性与产品溢价空间。

（3）市场拓展走向多元纵深

从地域维度看，直播电商在巩固国内一、二线城市市场的基础上，正加速向二、三线城市及下沉市场渗透，挖掘新的消费潜力。同时，跨境直播电商发展势头强劲，TikTok Shop 在东南亚、中东等市场快速增长，中国直播电商模式凭借先发优势，助力中国品牌走向世界，拓展全球市场份额，但也面临跨境物流、支

付体系、文化差异及各国政策法规不同等诸多挑战。从行业维度，直播电商与各传统行业的融合不断深化，“直播电商+文旅”“直播电商+本地生活”“直播电商+制造业”等新业态不断涌现，为传统行业注入新活力，拓宽销售渠道与消费场景，实现产业协同发展与转型升级。

3. 人才需求缺口

在 2023 年，中国的短视频和直播电商行业呈现出蓬勃的发展态势，这也导致了行业对各类人才的需求急剧增加。特别地，对于具备专业技能和丰富经验的直播主播、产品运营、数据分析以及技术支持等人才，需求尤为迫切。具体来说，根据《中国网络表演（直播与短视频）行业发展报告（2022-2023）》，预计到 2025 年，中国直播行业的人才缺口将达到 1941.5 万人，比 2021 年的 800 万人有显著增长，表明人才需求的增长速度远超过现有供给。而据《2021 中国短视频和直播电商行业人才发展报告》的数据显示，2023 年该行业所面临的人才缺口高达约 574 万人，这一数字不仅反映了行业快速发展的现状，也揭示了当前市场上合格人才的相对匮乏。

此外，毕马威联合阿里研究院发布的《迈向万亿市场的直播电商》报告也指出，预计到 2025 年，互联网营销师这一职业的人才需求量将达到约 4500 万人。这一预测进一步强调了未来几年内该行业对人才的强烈渴求，然而，与这一巨大的人才需求相对应的是，目前市场上合格的互联网营销师数量还相对不足，这意味着未来直播电商行业将面临人才短缺的挑战。

4. 直播电商就业情况

直播电商行业的迅猛发展，创造了大量的就业机会，成为吸纳就业的重要领域。从规模来看，其就业带动效应十分显著。截至 2024 年底，仅快手平台就带动了 4320 万个就业机会，其中直接通过平台获取收入的短视频创作者和主播有 2300 万，间接带动了包括内容创作、运营服务、供应链管理等在内的 2020 万个就业机会。商务部数据显示，2024 年全国直播电商交易规模突破 2.5 万亿元，占网络零售额比重达 20%，直接带动就业岗位超 400 万个。有测算表明，直播电商 GMV 每增加一亿元，可带动约 1200 个就业岗位增长。

在岗位类型上，直播电商行业催生了丰富多样的新职业。人社部公布的新职

业中，互联网营销师、网络主播、用户增长运营师等均来自直播领域。在众多直播间背后，是由电商平台、直播基地、供应链等构成的完整产业生态，催生出主播、助播、选品师、运营、场控、脚本策划、内容制作、投流师等众多岗位。据中国国际电子商务中心研究院报告，一个热门直播间能带动主播、视频分析师等 30 多个新职业。

5. 专业人才薪资调研

直播电商专业人才薪资呈现显著层级差异，不同岗位、资历及地域的薪资数据如下：

岗位维度上，主播薪资跨度最大。BOSS 直聘数据显示，新手主播月薪集中在 3000-8000 元，头部主播年薪可达千万元级，某 MCN 机构 2024 年财报显示其签约顶流主播平均年薪为 1200 万元。运营岗呈阶梯式增长，初级运营专员月薪 5000-10000 元，3 年以上经验的运营主管达 15000-25000 元/月，头部企业运营总监年薪超 60 万元。选品岗位薪资略低，选品助理月薪 4000-7000 元，资深选品专家可达 20000-30000 元/月。

地域差异明显，杭州作为电商之都，直播运营平均月薪 18600 元，上海 17200 元、广州 16500 元紧随其后；二三线城市中，成都直播岗位平均月薪 11800 元，武汉 10500 元，仅为一线城市的 60%-70%。但特色产业带例外，昆明花卉直播主播平均月薪 12300 元，因产业爆发式增长反超部分新一线城市。

经验溢价突出，0-1 年新人平均月薪 5200 元，1-3 年增长至 12800 元，3-5 年达 24500 元，5 年以上行业专家平均月薪 42000 元，是新手的 8 倍。跨境直播岗位因技能要求高，薪资比国内业务高 30%，亚马逊直播运营平均月薪 21000 元，虚拟主播技术岗达 28000-45000 元/月。

数据显示，2024 年直播电商人才平均薪资同比上涨 18%，其中具备数据分析+直播技能的复合型人才薪资涨幅达 25%，显著高于行业均值。

6. 就业地域分布

直播电商专业就业区域分布呈现明显的集中性与区域特色。

从省份来看，依据相关统计，广东、福建、浙江、山东四省的直播电商相关企业超 3.8 万家，占全国总数的 45.6%，是直播电商人才的集中吸纳地。其中广

东凭借其庞大的制造业与贸易基础，企业占比相对更高，职友集数据显示其占全国企业库算法分析结果的 28.2%。

从城市来看，广州招聘需求量占全国 21.6%，位居第一。其服装、美妆等产业发达，对各类直播电商人才需求多样。杭州作为“电商之都”，有超 5000 家直播相关企业，近 5 万主播，带动就业超 100 万人，其招聘需求占全国 14.7%。此外，上海、深圳、北京的招聘占比分别为 13.6%、11.4%等，同样是重要的就业选择地。

同时，二三线城市就业机会也在增加。像昆明借助花卉特色产业，在 2023 至 2024 年间经 92 万场花卉直播，促使花卉直播推广人才需求骤升。成都、武汉、厦门等凭借自身区域经济影响力，招聘量也有一定规模，可为直播电商人才提供较多的岗位选择。

7. 直播电商企业情况

直播电商行业企业数量呈现快速增长态势，截至 2025 年 7 月，全国现存直播电商相关企业超 37.3 万家，较 2024 年同期增长约 20%。从区域分布、企业类型及增长趋势来看，行业呈现以下特征：

（1）区域分布：产业集聚效应显著

省份格局：广东省以超 5.5 万家企业位居全国首位，占比 14.94%，依托广州、深圳等地的服装、美妆产业带优势，形成完整的直播电商生态链。四川省（2.7 万家）、浙江省（2.6 万家）紧随其后，其中浙江杭州作为“电商之都”，直播相关企业超 5000 家，带动就业超 100 万人。山东、江苏等制造业大省企业数量也位居前列，四省总和占全国企业总数的 45.6%。

城市聚集：广州、杭州、上海、深圳、北京等一线城市招聘需求占全国的 21.6%，其中广州凭借服装产业带优势，直播电商企业数量居全国第一。二三线城市如昆明、临沂等依托特色产业快速崛起，例如昆明花卉直播企业在 2023-2024 年新增超 3000 家，带动花卉直播推广人才需求激增。

（2）企业类型：多元生态加速形成

平台型企业：抖音、淘宝、快手占据主导地位，2024 年市场份额分别为 37.3%、26.4%、21.5%。抖音电商 2024 年 GMV 突破 3 万亿元，直播场景贡献超 58% 销售

额，成为行业增长核心引擎。

MCN 机构：全国 60%以上的头部 MCN 机构集聚于杭州，如谦寻、辛选等企业通过“主播矩阵+供应链”模式快速扩张。2024 年交个朋友控股 GMV 达 150.8 亿元，旗下 30 个直播间覆盖 5000 万粉丝。

品牌自播与服务商：完美日记、华为等品牌自建直播团队，2024 年抖音电商店播 GMV 占比达 41%，首次超越达人直播。服务商类企业（如有赞、微盟）通过技术支持和供应链管理，助力中小商家接入直播电商生态。

个体与中小商家：截至 2025 年，个体工商户和小微企业占直播电商企业总数的 60%以上，通过抖音、快手等平台试水直播，如临沂小商品产业带超 22.7 万家网店中，3.9 万家开展直播业务。

（3）增长趋势：从爆发式扩张到精细化运营

注册量持续攀升：近五年直播电商企业注册量年均增长超 50%，2024 年达历史峰值，2025 年上半年新增注册企业 7.4 万家，显示行业仍具吸引力。但增速从早期的 158%（2020 年）逐步放缓至 20%（2025 年），标志着行业从“流量红利期”进入“存量竞争期”。

技术驱动升级：AI、VR 等技术应用推动企业效率提升，例如抖音电商通过 AI 选品系统降低退货率 30%，数字人主播渗透率提升至 15%。浙江省数字人定制服务商市值两年增长 5 倍，技术型企业成为新增长极。

跨境业务扩张：青岛、宁波等城市依托跨境贸易优势，吸引既懂直播又熟悉跨境业务的复合型人才。2024 年青岛市备案跨境电商企业 2411 家，开展直播电商业务的产业园达 17 家，跨境直播电商企业数量同比增长 40%。

8. 区域电商人才需求

2019 年 12 月，国务院批复同意在包括岳阳市在内的全国 24 个城市设立跨境电子商务综合试验区。岳阳成为继长沙之后我省第二个获批设立国家跨境电子商务综合试验区的城市。湖南省专门出台了《中国（岳阳）跨境电子商务综合试验区实施方案》（湘政发〔2020〕11 号）（下称《实施方案》），明确了建设目标，即通过岳阳跨境电商综试区的建设，大力实施“互联网+外贸”，推动传统外贸企业借助跨境电商转型升级；推进“关、汇、税、商、物、融”一体化，构建适应跨境电商发展的

新型监管服务模式和制度体系，形成以电子商务示范基地和电子商务产业园为支撑的跨境电商发展格局。提出至 2025 年岳阳市跨境电商年交易额越过 30 亿美元。为此，岳阳市从 2021 年 1 月开始，在鼓励具备相应培训资质的培训机构开展电商专业培训方面采取了更加具体的措施，明确对年度开展电商专业培训人数在 500 人以上，且参加培训的人员在岳阳工作一年以上并通过相关职业技能鉴定考试（评）达 300 人的培训机构，给予 15 万元人民币资金支持；对年度培训人数在 1000 人以上，且参加培训的人员在岳阳工作一年以上并通过相关职业技能鉴定考试（评）人数达 600 人的培训机构，给予 30 万元人民币资金支持。专业培训只能从短期上解决基层面操作人员不足应急措施，要解决电商人才储备的连续性问题，特别在系统培养面向中高端电商人才方面，必须从高职专业培养着手。采用“互联网+”的平台，引入网络营销和直播电商课程内容，有助于为服务岳阳国家跨境电商综合试验区建设培养数量更多、技能更全的专业人才。

湖南目前正在推进“电商扶贫”专项行动，保守估计，湖南电商人才需求量超 40 万。但目前我省开设电子商务专业的高职院校 53 所，其中开设网络营销与直播电商专业的高职院现有 20 所，专业人才供求与需求之间确实存在较大的差距。

（二）调研结果分析

1. 直播电商行业的提升将助推网络营销产业的进一步发展

首先，直播电商行业的提升意味着更多的消费者开始接受并喜爱这种购物方式。直播电商通过实时互动、直观展示商品特点和使用方法等方式，为消费者带来了全新的购物体验。这种购物方式的普及和接受度的提高，将进一步推动网络营销产业的创新和发展。

其次，直播电商行业的提升将带动网络营销产业的多元化发展。随着直播电商的兴起，越来越多的企业开始将直播作为重要的营销手段，这也为网络营销产业提供了更多的发展机遇。网络营销产业将不断探索新的营销方式和手段，以适应市场的变化和消费者的需求。

此外，直播电商行业的提升还将促进网络营销产业的专业化和精细化发展。随着市场竞争的加剧，企业对于网络营销的要求也越来越高。他们需要更专业的

网络营销团队和更精细化的营销策略来提升品牌知名度和销售额。这将推动网络营销产业不断提升自身的专业能力和服务水平，以满足企业的需求。

由此可见，直播电商行业在经过量的迅速增长和质的自我提升，将助推网络营销产业的进一步发展。在这些产业发展中产生新岗位、新需求，无疑是网络营销与直播电商专业建设对接新目标。

2. 网络营销与直播电商专业岗位要求。

从有关品牌公司人才需求招聘信息得知如下岗位及要求：

（1）直播运营：电商工作经验或直播工作经验，善于内部及外部沟通交流，数据汇总及分析能力。

（2）直播助理：主要负责协助主播进行直播，普通话标准，具有良好的口头表达能力；性格活泼，镜头感强，喜欢与人互动交流。

（3）直播商务 BD 专员：熟悉美妆个护类目直播渠道玩法；商务资源丰富，MCN 机构经验优先；热爱电商行业，熟悉抖音、快手直播的运营环境和交易规则；深度了解达人直播、短视频市场状况，对现有直播机构、体系、流程、逻辑掌握度高；主动性强，具备良好的客户沟通技巧和商务谈判能力。

（4）直播中控：有直播中控以及投手经验；熟悉办公软件，能够独立完成表格整理；具备较强的语言文字组织能力与表达能力，可以一定程度上配合主播各种互动；有一定的圈内资源和人脉，并能很好整合资源；有较强的数据分析和逻辑思维。

（5）直播客服：打字速度快，熟练运用办公软件，熟悉直播客服工作职责；较强的推广和维护协调客户的能力，熟悉客户服务流程；学习能力强，上手快，工作积极主动、责任心强。

（6）网络营销专员：新媒体、网络运营相关专业；有一定电话营销能力、学习能力和团队意识。

（7）网络营销策划：电脑操作熟练，对于网络推广有着一定的操作经验，熟悉各种推广渠道，如微博，微信，小红书等，并对各个渠道的特性有着较好的理解；有较好的文字功底；可以根据不同产品推出有效地推广方案；了解网路上的新鲜话题并加以利用；能够独立完成工作任务并且对待手头任务认真，细心

且负责；对于互联网运营推广工作有着较大的热情。

（8）新媒体策划运营：短视频策划运营经验；能独立完成短视频脚本创意；有网感，了解包括抖音等短视频的运营规则；能熟练运用视频剪辑软件；文案水平突出，拥有良好的沟通能力，可以抓住客户需求以及市场痛点；影视传媒，具备网络营销专业知识和技能。

（9）直播主播：具有亲和力，普通话标准，抗压性强，年龄 25~30 岁之间；临场思维敏捷，销售能力强，性格活泼开朗，喜欢表现自己；工作态度主动积极，具备学习能力，具备独立思考能力，同时具备团队合作精神。

五、调研结论与建议

通过对企业、学校以及毕业生调查，结合典型工作任务分析，网络营销与直播电商专业人才需求调研结论及建议如下：

（一）主要面向岗位建议

网络营销与直播电商专业聚焦互联网和相关服务、商业服务业，面向互联网营销师、全媒体运营师、直播销售员、网络广告专员、内容策划、直播运营、市场策划等岗位，具备新媒体设计与制作、新媒体直播运营、搜索引擎营销、电商直播、电商运营能力，具有良好的团队合作意识和服务素养，思想政治坚定、德技并修、身心健康，符合新时代中国特色社会主义现代化建设需要，适应湖南区域经济社会发展需要的网络营销与直播电商技术技能人才，如下表所示。

职业面向一览表

所属专业大类及代码	所属专业类及代码	对应行业及代码	主要职业类别及代码	主要岗位类别/技术领域	职业技能等级证/职业资格证书、社会认可度高的行业企业证书举例
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	互联网和相关服务（64） 商务服务业（72）	销售人员（4-01-02） 商务专业人员（2-06-07） 电子商务师（4-01-02-02）	新媒体设计制作；新媒体直播运营；搜索引擎营销；电商直播电商运营	直播电商职业技能等级证书（1+X） 新媒体技术职业技能等级证书（1+X） 网络直播运营职业技能等级证书（1+X）

其中，核心岗位为新媒体直播运营；拓展岗位为产品主管、运营经理；发展岗位包括目标岗位新媒体运营专员、SEM（搜索引擎营销）专员、电商直播运营专员电商运营专员，经过 3 到 5 年的发展成为新媒体营销经理、网络营销主管、

电商运营主管、电商主播。

（二）岗位专业知识、能力、素养建议

结合当前岗位要求与行业发展趋势，建议网络营销与直播电商专业高素质技术技能人才培养规格如下：

1. 素质要求

Q1. 树立正确价值观，恪守职业道德，严格遵守网络营销与直播电商相关法律法规，诚信经营，维护行业健康发展。

Q2. 具备良好的团队协作精神，能在跨部门项目中高效沟通配合，共同完成直播运营、市场推广等工作任务。

Q3. 培养创新意识和工匠精神，持续优化直播内容策划、产品推广方案，提升营销创意与执行质量。

Q4. 拥有较强的抗压能力和应变能力，在直播突发状况、市场变化时，冷静应对并快速调整运营策略。

Q5. 践行劳动精神，保持积极工作态度，主动承担渠道运维、客户开发等工作，注重细节与执行效率。

Q6. 提升信息素养，敏锐捕捉行业动态与市场趋势，合理运用数据工具分析，为营销决策提供依据。

2. 知识要求

K1. 掌握网络推广基础理论，熟悉搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）等推广技术及主流平台规则。

K2. 精通直播销售流程与技巧，了解直播设备使用、场景搭建，掌握粉丝互动、引导转化的策略方法。

K3. 熟悉新媒体运营知识，包括微信、抖音等平台特性，能制定内容发布计划与账号运营方案。

K4. 掌握市场调研方法，能分析目标客户需求、竞争对手动态，为产品策划与市场策略提供数据支持。

K5. 掌握图文、短视频、直播等内容的生产、编辑及传播技巧。

K6. 了解网络营销与直播电商相关法律法规，规避虚假宣传、侵权等法律风

险，保障商业活动合规性。

K7. 掌握数据分析工具使用，能对营销数据、直播数据进行整理分析，总结规律并提出改进建议。

K8. 了解选品、库存、物流协调等环节对直播电商的影响。

K9. 具备直播策划知识，可独立完成直播主题、流程、脚本设计，协调团队资源保障直播顺利开展。

K10. 了解客户开发与管理知识，掌握客户需求挖掘、关系维护、投诉处理等客户服务全流程方法。

K11. 熟悉产品策划要点，从市场定位、卖点提炼到包装设计，能打造符合市场需求的产品营销方案。

3. 能力要求

A1. 具备网店基本运营、推广和数据收集与分析能力，能较好的完成淘宝等平台的运营推广。

A2. 具备文案创意与撰写的能力，能够挖掘客户需求，制定文案创意方案并撰写发布。

A3. 能够针对企业经营目标，开展品牌定位、策划品牌推广计划并实施。

A4. 具备网络广告策划及投放的能力，能够根据企业网络广告投放目标策划并制作网络广告，合理规划投放时间、资金预算，进行投放。

A5. 具备开发客户、服务客户和通过社交手段及社群营销维护客户关系的能力，能够帮助企业开发新客户，提升客户满意度。

A6. 具备基础视觉创意和设计能力，能够对视觉图形、文字、色彩等要素进行创作处理。

A7. 具备新媒体推广策划、渠道选择、运营实施的能力，能够根据公司战略，确定推广方法和内容并实施。

A8. 具备短视频策划、制作和运营基础能力，能根据需求制作视频和运营短视频平台。

A9. 具备开设直播账号、策划电商直播、进行电商直播选品、开展电商直播活动、进行电商直播运营的能力。

A10. 具备用户体验优化能力,能通过分析用户行为数据,优化网店界面设计、直播流程与互动环节,提升用户购物体验与留存率。

A11. 掌握智能营销工具应用能力,熟练操作 AI 内容生成、智能客服等工具,实现营销内容自动化生产与客户服务高效响应。

A12. 拥有全渠道营销整合能力,能统筹电商平台、社交媒体、线下活动等资源,制定并执行多渠道协同的营销方案,扩大品牌影响力。

(三) 人才培养建议

人才培养方案应由校企共同制订,遵循技术技能人才成长规律,突出知识与技能的高层次,使毕业生能够从事科技成果、实验成果转化,生产加工中高端产品、提供中高端服务,能够解决较复杂问题和较复杂操作。根据产业与岗位对专业人才知识、能力、素养方面的要求,

1. 建议专业设置要更好地满足企业需求

网络营销与直播电商专业方向设置要充分考虑企业需求,成立由企业专家、工程技术人员参与,分管专业领导、专业带头人和骨干教师等组成的专业建设指导委员会。从企业需求出发,共同对岗位需求的素质、知识和技能等进行详细分析,设计人才培养规格,开发岗位对应的专业核心课程模块和拓展课程模块等。

2. 建议职业素质培养与专业技能培养并重

根据毕业生跟踪调查报告显示:用人单位非常看重毕业生的基本素质、综合素质及职业素质,将这些素质认定为学生能否长远发展的基本依据。专业及课程设置时要聘请企业人力资源专家与学校精心设计提升学生素质的系列课程或活动。充分考虑学生个体之间的差异,将传统的“知识学习”的教学观念转换为“能力培养”的教学理念。以真实项目驱动,将典型案例分解成由简到难、循序渐进的课程模块,通过选择课程模块的学习,强化学生的专业技能培养、提高学生运用知识分析问题、解决问题的能力。通过专业认知实习、随堂实训、综合实训,电商企业跟岗、岗位实习和社会实践等环节,加强专业技能培养,同时在实践中养成学生的工作责任心、质量意识、安全意识、时间观念,使学生毕业时成为一个合格的电商从业人员。

3. 建议以能力为本位,课程设置按模块化整合优化

根据专业设置，确定培养的专业核心能力，将拓展课程模块化，方便学生选择，以形成岗位所需的专业核心能力。网络营销与直播电商专业能力可以细分为专业基本能力、专业核心能力和专业拓展能力分别对应课程模块。

4. 建议强化实践性教学，完善实践性教学环节

实践性教学环节主要包括课程实训、专业实习、社会实践、毕业设计等，其中，课程实训在校内实训室、校企合作单位进行，推行真实工作场景的“任务式培养模式”；专业实习与毕业设计主要是在校企合作单位完成，推动实习单位完善学生实习管理制度，配备专门的行业（企业）实习指导导师。实践性教学课时占总课时的比例不低于 50%，实验实训项目（任务）开出率达到 100%。

5. 建议教学内容以项目为载体

以项目为载体去实施教学，加大综合实训项目的难度；推进学生独立完成实训项目的教学；加大过程性考核比例，推进单元基本技能实训+综合技能实训+独立顶岗完成工作任务相结合的考核模式改革。

6. 建议以模块教学为主轴，逐项推进实践能力培养

根据课程内容，构建新媒体运营、SEM（搜索引擎营销）、电商直播运营、电商运营等课程模块，展开理论和实践教学，逐项培养学生实践能力。

（四）支撑条件建议

1. 师资配置方面

根据学校确定的本专业到 2025 年在校学生规模 430 人的目标，其中 2023 年 130 人，2024 年 150 人，2025 年 150 人。按生师比不大于 25:1 配备专任专业教师，到 2025 年，教师总数达到 18 人；其中高级职称教师 6 人，占比 33.3%；硕士及以上 6 人，占比 33.33%；双师型教师 12 人，占比 66.7%；同时每年聘请一批行业、企业一线工程技术人员担任兼职教师，建立 30 人左右的兼职教师资源库。

2. 专业教室方面

专业教室配置满足本专业教学基本需要的教学硬件和软件，包括网络接口或环境、计算机、投影仪、应用软件等。

3. 校内实训室方面

参照教育部颁布的《网络营销专业实训条件建设标准》和《电商直播实训条件建设标准》，规划并建设实训中心，满足本专业实践教学需要。

4. 校外实习实训基地方面

建议进一步深化和完善校企合作机制，加强校企双向师生员工的流动。加强与往届毕业生的合作，建立新型的学徒双导师制，实施多样化的实习实训模式。

5. 教学资源方面

建议增加网络营销与直播电商的技术、标准、方法、操作规范、项目管理案例类图书资源的采购；建议紧跟行业技术的优质教材教学，按课程标准逐步完善本专业的专业基础和核心课程资源。

6. 质量保障方面

在专业课堂教学中，坚持把课程思政工作贯穿教育教学全过程，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊改，提升教学质量。建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。加强专业教研，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

附件 1 网络营销与直播电商专业毕业生调查问卷

一、基本信息

1. 您的性别是？

1. ☐ 男

2. ☐ 女

2. 您目前所在的年龄段是？

1. ☐ 18-22 岁

2. ☐ 23-26 岁

3. ☐ 27-30 岁

4. ☐ 30 岁以上

3. 您毕业于哪所院校的网络营销与直播电商或相关专业？

1. ☐

4. 您毕业的时间是？

1. ☐ 2024 年

2. ☐ 2023 年

3. ☐ 2022 年及以前

二、就业情况

5. 您目前从事的职业与网络营销或直播电商相关吗？

1. ☐ 是

2. ☐ 否

6. 如果相关，您的主要工作内容是什么？（多选）

1. ☐ 网络营销活动策划与执行

2. ☐ 直播电商主播或助播

3. ☐ 直播电商运营与管理

4. ☐ 网络营销内容创作与推广

5. ☐ 其他：_____

7. 您目前的月薪范围是？

1. ☐ 3000 元以下

2. ☐ 3000-5000 元

3. ☐ 5000-8000 元

4. ☐ 8000 元以上

三、专业技能掌握

8. 您认为在校期间学到的哪些专业技能对您的工作最有帮助？（多选）

1. ☐ 直播技巧与互动能力
2. ☐ 网络营销策略制定与执行
3. ☐ 数据分析与效果评估
4. ☐ 内容创作与编辑
5. ☐ 其他：_____

9. 您在工作中是否遇到过专业技能不足的情况？

1. ☐ 经常
2. ☐ 偶尔
3. ☐ 很少
4. ☐ 从未

四、行业认知

10. 您对当前网络营销与直播电商行业的发展趋势有何看法？

- ☐ 非常看好
- ☐ 比较看好
- ☐ 一般

- ☐ 不太看好
- ☐ 非常不看好

11. 您认为当前行业最需要哪类人才？（多选）

- ☐ 直播电商主播
- ☐ 网络营销策划师
- ☐ 数据分析师
- ☐ 技术开发人员
- ☐ 其他：_____

五、职业规划

12. 您未来是否打算继续在网络营销与直播电商行业发展？

- ☐ 是
- ☐ 否

13. 如果您打算继续发展，您希望从事哪个方向的工作？

- ☐ 直播电商主播或明星
- ☐ 网络营销高级管理人员
- ☐ 创业开设自己的直播电商公司
- ☐ 其他：_____

14. 您认为目前自己在职业发展中面临的最大挑战是什么？

- ☐ 竞争激烈，就业机会少

- ☐ 技能不足，需要提升
- ☐ 行业变化快，难以适应
- ☐ 其他：_____

六、开放问题

15. 请谈谈您对网络营销与直播电商行业的未来展望。

16. 您对于学校在网络营销与直播电商专业的教学和培养方面有何建议？

附件 2 网络营销与直播电商专业企业人才需求调查问卷

一、基本信息

1. 贵公司的规模是多少员工？

- 1. ☐ 50 人以下
- 2. ☐ 51-200 人
- 3. ☐ 201-500 人
- 4. ☐ 500 人以上

2. 贵公司所处的行业是？

- 1. ☐ 电商/零售
- 2. ☐ 信息技术/互联网
- 3. ☐ 传媒/广告
- 4. ☐ 制造业
- 5. ☐ 其他：_____

3. 贵公司是否设有网络营销与直播电商相关的岗位？

- 1. ☐ 是
- 2. ☐ 否（若选择“否”，请跳转至第 12 题）

二、网络营销与直播电商人才需求

4. 贵公司当前对网络营销与直播电商专业人才的需求如何？

1. ☐ 非常紧缺
2. ☐ 比较紧缺
3. ☐ 一般
4. ☐ 需求不大
5. ☐ 完全不需要

5. 贵公司通常通过什么方式招聘网络营销与直播电商人才？（多选）

1. ☐ 校园招聘
2. ☐ 网络招聘
3. ☐ 猎头公司
4. ☐ 内部推荐
5. ☐ 其他：_____

6. 贵公司最看重网络营销与直播电商人才的哪些素质或技能？（多选）

1. ☐ 直播销售技巧
2. ☐ 营销策划能力

- 3. ☐ 数据分析能力
- 4. ☐ 团队协作能力
- 5. ☐ 创新能力与市场洞察力

7. 在招聘网络营销与直播电商人才时，您是否更倾向于有经验的应聘者？

- 1. ☐ 是，经验非常重要
- 2. ☐ 比较看重经验，但也愿意培养新人
- 3. ☐ 不太看重经验，更看重潜力和学习能力
- 4. ☐ 完全不看重经验

三、人才培养与发展

8. 贵公司是否为网络营销与直播电商人才提供专门的培训？

- 1. ☐ 是
- 2. ☐ 否

9. 如果提供培训，主要包括哪些内容？（多选）

- 1. ☐ 直播技巧与话术
- 2. ☐ 营销策略与实操
- 3. ☐ 数据分析与应用

4. ☐ 行业前沿动态与趋势

5. ☐ 其他：_____

10. 贵公司如何评估网络营销与直播电商人才的培训效果？

- ☐ 通过业绩提升来评估
- ☐ 通过定期考核与反馈
- ☐ 观察员工在实际工作中的表现
- ☐ 其他：_____

四、行业认知与合作

11. 您认为当前网络营销与直播电商行业面临的最大挑战是什么？

- ☐ 人才短缺
- ☐ 竞争激烈
- ☐ 法规与政策的不确定性
- ☐ 技术更新迅速
- ☐ 其他：_____

12. 贵公司是否愿意与高校或培训机构合作，共同培养网络营销与直播电商人才？

- ☐ 是，非常愿意
- ☐ 比较愿意，但需要具体协商
- ☐ 不太愿意，更倾向于自主培养

- ☐ 完全不愿意

五、开放问题

13. 对于网络营销与直播电商专业人才的培养与发展，您有哪些建议或意见？
14. 您认为未来网络营销与直播电商行业的发展趋势如何？对人才的需求将有何变化？

请贵公司相关人员认真填写此问卷，您的回答将为我们了解网络营销与直播电商行业的企业人才需求提供宝贵的参考信息。感谢您的参与！